



# GUIA DO **Comprador do Futuro**

14 habilidades que você precisa desenvolver para ser um comprador profissional de sucesso



O mundo não está mudando – o mundo mudou. E você, comprador, está preparado para os desafios da nova era do profissional de compras?

A nova edição do “Guia do Comprador do Futuro”, material com maior número de downloads do Mercado Eletrônico, traz as habilidades e competências mais buscadas por empresas e vai ajudar você a se destacar nessa profissão que só cresce.

Boa leitura!



# 1

## TENHA UMA ATITUDE ANTIFRÁGIL

Em compras, ser antifrágil significa ser capaz de se adaptar rapidamente às mudanças e reverter as crises a seu favor. Em outras palavras, aprender com os choques, o caos, o estresse e fazer com que as operações continuem funcionando, mas ainda melhores.

Para lidar com cenários desafiadores, claro, é necessário

contar com ferramentas e estratégias para reagir da maneira certa.

Vale apontar, ainda, que nenhuma empresa está 100% preparada para os imprevistos e que as adversidades podem ser encaradas como aprendizado e parte do processo de inovação.

# DESENVOLVA HABILIDADES COMPORTAMENTAIS



O conhecimento técnico é muito valioso para quem atua como comprador profissional. Mas agora são as habilidades comportamentais que são consideradas as mais relevantes.

Buscar autoconhecimento, saber se relacionar bem com parceiros, escutar o que as pessoas têm a dizer e liderar de forma humanizada são algu-

mas das competências fundamentais para o comprador de hoje e do futuro.

É por meio do desenvolvimento dessas e demais soft skills que compradores aumentam as chances de conquistar boas negociações, além de parcerias que beneficiem todos os lados da cadeia de suprimentos.





# 3

## CONSIDERE A SUSTENTABILIDADE UM FATOR DECISIVO

A sustentabilidade faz parte da agenda global e é urgente. A corrida pela diminuição dos impactos ambientais é de todos: empresas, governos, sociedade e, claro, do supply chain.

Ter uma cadeia de suprimentos sustentável significa ir muito além de encontrar insumos de origem confiável, mas criar parcerias de longo prazo e se pre-

ocupar com questões sociais, ambientais e de governança – o famoso ESG.

Por isso, o comprador do futuro sabe que a jornada sustentável não é um fim, mas um meio. Ele deve sair da plateia e ir para o palco, pois só assim terá a capacidade de promover mudanças significativas para a área, as organizações e toda a sociedade.



# CONHEÇA AS TÉCNICAS DE NEGOCIAÇÃO

A arte de negociar em compras vai muito além de conquistar os melhores preços. Para que as negociações sejam bem-sucedidas, é preciso considerar demais aspectos, como qualidade e entrega.

Nesta jornada, o comprador também tem o desafio de melhorar a performance das nego-

ciações e desenvolver parcerias estratégicas.


Por isso, para performar bem, é essencial colocar em prática alguns truques, como estar munido de informações, conhecer o mercado, os fornecedores, os produtos, as empresas do mesmo segmento e a regra número 1: planejar sempre.





5

## TENHA VISÃO DO *SPEND ANALYSIS*



O *spend analysis*, ou análise de gastos, ajuda a área de compras a identificar as oportunidades de redução de custos e sua aplicação não deve colocar em risco aspectos essenciais do negócio.

Além de compreender as metodologias de compras estratégicas e *spend analysis*, para

diminuir custos da área, o comprador precisa dominar as técnicas de negociação.

O uso de soluções digitais de compras, como o e-Procurement, permite que o comprador faça negociações inteligentes, tenha acesso ao *spend analysis* e conquiste mais *savings* (economia).



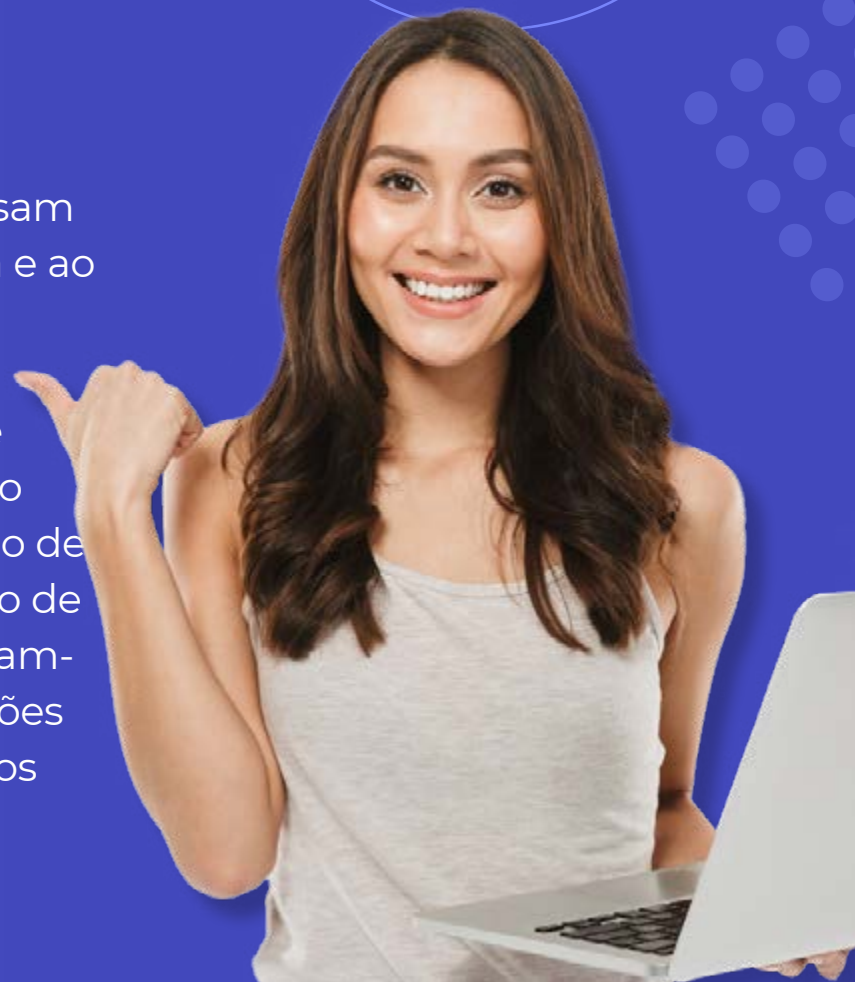
## FIQUE POR DENTRO DAS TENDÊNCIAS

Há algum tempo, a área de compras deixou de ser um departamento de aquisições e, hoje, é um dos principais responsáveis pela criação de novos produtos, serviços e inovações de uma empresa.

Por isso, o comprador precisa ser um profissional bem-informado sobre as tendências, ter repertório, conhecer tecnologia

e buscar soluções que possam agregar valor à companhia e ao consumidor final.

Em compras, é importante lembrar que a inovação não está ligada apenas à criação de produto ou implementação de nova matéria-prima, mas também à integração de soluções digitais e automatização dos processos.







7

## CONSIDERE A TECNOLOGIA COMO ALIADA

A transformação digital já é realidade na área de suprimentos. A digitalização dos processos de compras, por meio de plataformas digitais, otimiza o trabalho do comprador, garante mais controle de todas as etapas, segurança dos dados e compliance.

Os profissionais ganham tempo para direcionar o foco ao que realmente importa aos negócios, como criar estratégias, conhe-

cer com profundidade os parceiros de negócios e identificar as melhores oportunidades.

Juntos, todos os itens acima garantem mais economia, o item que brilha o olho de qualquer organização.

A solução de e-Procurement é um exemplo de plataforma que automatiza os processos, da requisição ao pagamento, em um único ambiente online.

# UTILIZE A METODOLOGIA *STRATEGIC SOURCING*

*Strategic sourcing* ou “compras estratégicas” é uma metodologia que ajuda a transformar a área de suprimentos em um departamento importante para o equilíbrio financeiro das empresas.

O processo de compras estratégicas reconhece que o relacionamento com fornecedores e o

aproveitamento de oportunidades são fundamentais para uma gestão de compras de sucesso.

Sendo assim, o comprador precisa analisar diferentes aspectos, como custos financeiros e de logística, qualidade e agilidade dos processos, bem como o desempenho de toda a cadeia produtiva.





9

## SEJA CRIATIVO E DISRUPTIVO

No passado, a área de compras era conhecida como aquela com muitos processos engessados, complexos, pouco criativos e sem colaboração.

Agora, com o protagonismo da área dentro das empresas e a alta competitividade do merca-

do, a criatividade das pessoas e equipes é mais importante que nunca.

O potencial criativo do comprador do futuro é fundamental para transformações positivas, pois está ligado à capacidade de inovação do negócio.



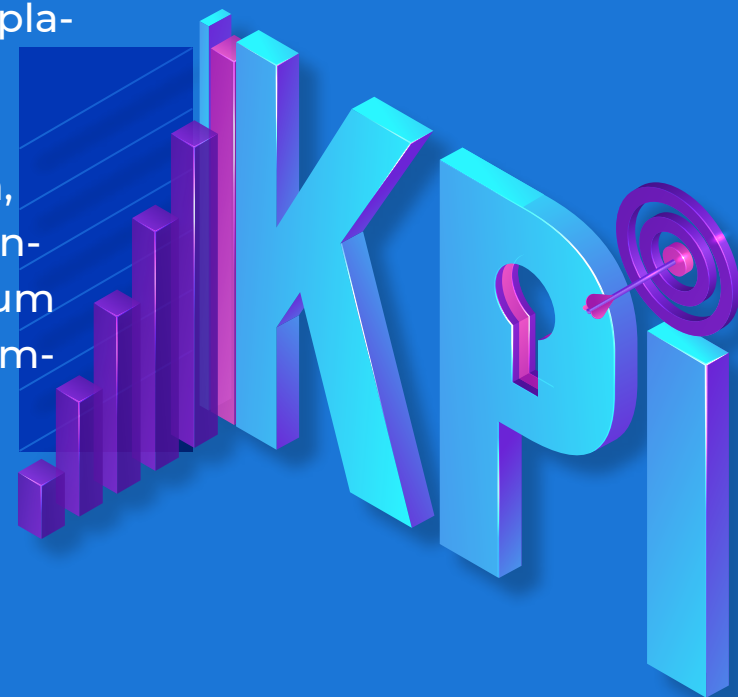
## DEFINA E MONITORE KPIs

Cada vez mais, KPIs, os indicadores-chave de desempenho, são indispensáveis para tomadas de decisão assertivas dentro das empresas.

Ter acesso a indicadores permite que o profissional saia do campo das suposições para dar lugar à inteligência dos

dados nos momentos em que a área de compras precisa planejar ou agir.

Esta competência analítica, somada à intuição, experiência e observação, formam um combo poderoso para o comprador do futuro.





# 11

## TENHA UMA BASE DIVERSIFICADA DE FORNECEDORES

Na área de compras, por mais que dados forneçam informações valiosas, não é possível prever tudo o que virá pela frente.

Ter uma base de fornecedores diversificada é uma maneira de se preparar para imprevistos que podem acontecer a

qualquer momento, sejam eles internos ou externos.

Por essa razão, o mapeamento constante de fornecedores, que atendam aos requisitos fundamentais para o fornecimento da empresa, é indispensável e muito vantajoso.

# GERENCIE RISCOS DE FORNECEDORES E TERCEIROS

Os riscos associados a fornecedores representam uma ameaça verdadeira à reputação das empresas. Por isso, a gestão de fornecedores é um assunto tão importante para as organizações.

É importante identificar as fragilidades e vulnerabilidades do negócio, investigar, analisar e

definir o nível de importância de cada risco para, então, criar um planejamento de respostas.

Além disso, mesmo após não identificar inconformidades ou ameaças, é necessário monitorar os processos constantemente para saber como os riscos e diferentes cenários estão se comportando.





13

## APOSTE EM COMPRAS 4.0

A Quarta Revolução Industrial chegou ao comércio entre empresas e está mudando a maneira como compradores e fornecedores fazem negócios entre si.

O cloud computing traz integração e visibilidade. A internet das coisas (IoT) possibilita controle e automação. Já analytics

e inteligência artificial tornam a tomada de decisão mais inteligente.

As tecnologias 4.0 podem ser consideradas os novos “superpoderes” dos compradores, para que eles tenham maior agilidade na operação e realizem negócios com exatidão e visão estratégica.



## AMPLIE SEUS CONHECIMENTOS COM O ME

Você sabia que o Mercado Eletrônico tem uma equipe de conteúdo dedicada a preparar materiais sobre o universo de compras B2B?

Fique por dentro dos conteúdos mais relevantes para com-

pradores com nossos artigos do blog, e-books, infográficos, podcasts, lives e demais materiais exclusivos.

Tudo gratuito para você aumentar seu conhecimento em compras corporativas todos os dias.







mercado  
eletrônico

Fale com os nossos especialistas: [comercial@me.com.br](mailto:comercial@me.com.br)

-  [instagram.com/mercado.eletronico/](https://www.instagram.com/mercado.eletronico/)
-  [youtube.com/CanalMercadoEletronico](https://www.youtube.com/CanalMercadoEletronico)
-  [facebook.com/mercado.eletronico](https://www.facebook.com/mercado.eletronico)
-  [blog.me.com.br](https://blog.me.com.br)
-  [www.linkedin.com/company/mercado-eletronico](https://www.linkedin.com/company/mercado-eletronico)
-  [www.me.com.br](https://www.me.com.br)